

# Kommunikationspolicy för Region Blekinge

## 1. Inledning

Region Blekinge finns till för alla människor i Blekinge. Vår vision är att skapa den bästa livsmiljön för hållbar tillväxt och god hälsa. För att visionen, vår värdegrund och de planer och strategier som politiskt förtroendevalda beslutar om ska bli verklighet behövs kommunikation med många olika målgrupper, internt inom organisationen men också utanför organisationens gränser: i Blekinge, på nationell nivå och internationellt. För att lyckas i vårt uppdrag och nå våra mål måste vi därför vara framgångsrika i vår kommunikation.

Internt i organisationen har också kommunikationen en avgörande betydelse för att skapa samhörighet, vi-känsla och stolthet. I vilken grad den interna kommunikationen fungerar väl, påverkar även vårt varumärke, det vill säga hur vi uppfattas av omvärlden.

## 2. Syfte med kommunikationspolicyn

Kommunikationspolicyn är ett styrdokument för alla verksamheter i Region Blekinge. Den ska bidra till att vi är framgångsrika i vår kommunikation och den tydliggör mål, framgångsfaktorer och ansvar för kommunikationen.

## 3. Kommunikationens mål

Följande övergripande mål är vägledande för all intern och extern kommunikation i Region Blekinge.

Kommunikationen ska bidra till att:

- vi når vår våra verksamhetsmål
- bygga ett starkt förtroende för organisationen och dess verksamheter och företrädare
- skapa kunskap, påverka attityder och förändra beteenden
- öka kännedomen om våra verksamheter och den samhällsservice och de uppdrag vi ansvarar för.

## 4. Strategier

För att de övergripande kommunikationsmålen ska uppnås vägleds vi i vårt kommunikationsarbete av följande strategier:

- ett öppet kommunikationsklimat
- tillgänglig kommunikation
- värdeskapande kommunikation
- vård av varumärken.

#### 4.1 Ett öppet kommunikationsklimat

Öppenhet är en central framgångsfaktor för att skapa förtroende för vår organisation. Öppenheten är reglerad i offentlighetsprincipen och säkerställer medborgarnas insyn i vår verksamhet.

Men öppenhet inte bara en juridisk angelägenhet utan ett förhållningssätt som vi som organisation vägleder av. Ett öppet kommunikationsklimat där olika röster värdesätts är till exempel en förutsättning för utveckling och förändring. Genom att lyssna och vara öppna för nya tankar och idéer och nya sätt att kommunicera blir vi bättre på att möta människor. I en dialog där vi aktivt lyssnar på dem vi möter kan vi uppnå ömsesidig förståelse som hjälper oss att handla klokt.

Öppenhet innebär också att vi vågar prata både om det som är positivt och det som är negativt, eftersom det bidrar till att utveckla verksamheten och höja kvaliteten. Genom en öppen kommunikation motverkar vi ryktesspridning och tystnadskultur – två faktorer som påverkar förtroendet för oss på ett negativt sätt.

#### 4.2 Tillgänglig kommunikation

Vår kommunikation ska vara inkluderande och tillgänglig för dem vi kommunicerar med, det gäller oavsett funktionsvariation och oavsett vem den vänder sig till. Detta förutsätter god kunskap och förståelse för olika målgrupper och deras förutsättningar och behov. Tillgänglig kommunikation innebär också att:

- vi kommunicerar på ett vardat, begripligt och enkelt sätt enligt språklagens viljeinriktning.
- det är lätt att få kontakt med oss
- vi har en god förmåga att förstå vad olika målgrupper behöver veta om oss och vår verksamhet.

#### 4.3 Värdeskapande kommunikation

All kommunikation ska bidra till att skapa värde och vara till nytta för organisationen och dem vi finns till för. Planering, samordning och uppföljning är verktyg för att åstadkomma värdeskapande kommunikation som hjälper oss att nå den effekt vi eftersträvar. Organisationens samlade resurser inom kommunikation ska användas på ett ändamålsenligt och resurseffektivt sätt. Vår kommunikation och våra budskap ska vara samordnade, tydliga och anpassade till målgruppernas behov.

#### 4.4 Vård av varumärke

Vårt varumärkes styrka, det vill säga den mentala bild människor har av oss och vår verksamhet, är avgörande för vår legitimitet. Vad som sägs om oss och hur vi kommunicerar i olika sammanhang och kanaler, påverkar bilden av oss. Alla vi som arbetar i Region Blekinge är med och formar bilden av oss. Att vi är trovärdiga, relevanta och aktiva i vår kommunikation påverkar bilden. Vi har därför en varumärkesstrategi som vägleder oss i hur vi vårdar och utvecklar våra varumärken, så att vi stärker attraktionskraften. Varumärkesstrategin bidrar också till att tydliggöra vilken samhällsservice vi ansvarar för och vad invånarna får för sina skattemedel. Varumärkesstrategin gäller för alla verksamheter inom Region Blekinge.

## 5. Ansvar

Alla företrädare för Region Blekinge ansvarar för att kommunicera med utgångspunkt från kommunikationspolicyns intentioner. Alla i organisationen har en viktig roll i att skapa en organisationskultur med ett kommunikationsklimat som bidrar till att verksamhetsmålen uppnås.

### 5.1 Medarbetare

Alla medarbetare har ett ansvar för att inhämta och dela med sig av information. Medarbetare har också ett ansvar för att kommunicera med olika målgrupper, internt och externt, för att kunna utföra sitt uppdrag och bidra till att verksamheten utvecklas för dem vi finns till för.

### 5.2 Chefer

En väl fungerande kommunikation är en viktig del av ledningen och styrningen av Region Blekinge. Ledningens förmåga att kommunicera vision och mål på ett tydligt och sammanhållet sätt är avgörande för om organisationen ska nå sina mål. Ledningen sätter också ramarna för kommunikationen och har därmed en viktig roll i att skapa ett öppet kommunikationsklimat.

Chefens kommunikationsansvar kan sammanfattas på följande vis:

- klargöra inriktning för verksamheten
- skapa mening och sammanhang, till exempel genom att berätta om hur olika beslut hänger ihop med varandra.
- skapa förutsättningar för delaktighet och dialog
- tydliggöra förväntningar på medarbetare
- återkoppla och följa upp prestationer
- sälla och prioritera

Cheferna ansvarar också för att undanröja formella hinder för väl fungerande kommunikation. Cheferna har också ett särskilt ansvar för kommunikation via massmedierna, enligt avsnitt 6.

## 6. Vårt förhållningssätt till massmedierna

Massmedierna har en viktig opinionsbildande roll i samhället. De är med och formar bilden av oss och våra verksamheter. Vi välkomnar och underlättar därför massmediernas bevakning av oss. Genom att vara aktiva och ta initiativ till mediakontakter skapar vi förutsättningar för att förmedla kunskap om vår verksamhet och frågor som är viktiga för att vi ska klara vårt uppdrag som samhällsaktör. Trovärdighet är viktigt för oss, därför ska vår kommunikation vara sann och relevant.

Vi strävar också efter att vara snabba i kontakterna med media och underlätta deras insyn i vår verksamhet. Ibland har vi av olika anledningar, till exempel juridiska skäl, inte möjlighet att ge önskad service, men då förklarar vi och motiverar vårt ställningstagande på sakliga grunder.

Som chef i Region Blekinge har man ett särskilt ansvar att uttala sig och företräda den verksamhet man representerar i massmedierna. Cheferna och också alla medarbetare har även ett ansvar att känna till och förstå innebörden av yttrandefrihet och tryckfrihet.

När det gäller kommunikation om politiska beslut och det politiska arbetet i nämnderna ansvarar de förtroendevalda för kommunikationen om detta gentemot massmedierna, med stöd från tjänstepersonsorganisationen.